

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та природокористування

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

"МАРКЕТИНГ"

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

Галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

В.С. Мошинський

(протокол № 5 від 14.06.2019 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2019 р.

Ректор В. С. Мошинський

(наказ № 00378 від "01" липня 2019 р.)

Рівне 2019 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньої-професійної програми "Маркетинг"

1. РОЗГЛЯНУТО

*На засіданні кафедри маркетингу ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 9 від 26.03.2019 р.*

2. СХВАЛЕНО

*Науково-методичною радою ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 06 від 25.04.2019 р.*

3. СХВАЛЕНО

*Вченою радою ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 07 від 28.05.2019 р.*

4. ПОГОДЖЕНО

*Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи*



В.С. Сорока

*Завідувач навчально-методичного
відділу*



Н.С. Ковальчук

ПЕРЕДМОВА

Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018р. №1343

Розроблено робочою групою у складі:

Мальчик Мар'яна Василівна – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу НУВГП

Попко Олена Володимирівна – доц., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу НУВГП

Гонтаренко Наталія Адамівна – доц., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу НУВГП

Мартинюк Оксана Володимирівна – доц., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу НУВГП

Коваль Світлана Іванівна – старший викладач кафедри маркетингу НУВГП.

Коротун Ольга Петрівна – старший викладач кафедри маркетингу НУВГП.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Білопольський Микола Григорович – академік, д.е.н., проф., віце-президент Академії економічних наук України, завідувач кафедри обліку і аудиту ПДТУ, Голова ради орендарів та підприємців
2. Вакулко Олександр Олександрович – заступник директора з маркетингу Науково-виробничої фірми "ПРОДЕКОЛОГІЯ"
3. Коваль Наталія Володимирівна – заступник керівника ТП м. Рівне ТЗОВ «Радивилівмолоко»

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 "Маркетинг"

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет водного господарства та природокористування, Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Ступінь вищої освіти та назви кваліфікації мовою оригіналу	Першого рівня вищої освіти Кваліфікація: бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	Сертифікат про Акредитацію від 24 липня 2015 року (наказ МОН У країни від 28.07.2015 № 1709л)
Цикл/рівень	– бакалаврська програма НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень;
Передумови	Повна загальна середня освіта, молодший спеціаліст, молодший бакалавр
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	2019- 2023рр.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Офіційний веб-сайт Національного університету водного господарства та природокористування www.nuwm.edu.ua
2. Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій, здатні застосовувати отримані знання в наукових дослідженнях проблем розвитку теорії та практики маркетингу.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування спеціальність: 075 Маркетинг Освітня програма: Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна програма: "Маркетинг". Акцент робиться на здобутті навичок та знань у сфері маркетингу, що передбачає визначену зайнятість та можливість подальшої освіти та кар'єрного зростання (магістерські освітні та освітньо-наукові програми). Програма дозволяє всебічно вивчити специфіку здійснення маркетингової діяльності. Програма професійна прикладна; структура програми передбачає динамічне, інтегративне та інтерактивне

	навчання. Програма пропонує комплексний підхід до здійснення діяльності маркетингу та реалізує це через навчання та практичну підготовку. Дисципліни та модулі, включені в програму, орієнтовані на актуальні напрями, в рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра здобувача.
Особливості програми	Програма спрямована на підвищення рівня знань та навичок з маркетингу. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища. Формує фахівців з новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи та інструменти маркетингу, але й удосконалювати їх на базі сучасних досягнень.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування *Класифікатор професій ДК 003:2010 http://hrliga.com/docs/KP-2010_r5z.htm	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми. Фахівці готуються для організаційно-управлінської, господарської, комерційної та науково-дослідної діяльності у сфері маркетингу.</p> <p>Випускники можуть працювати на посадах:</p> <p>1233 – начальник відділу збуту (маркетингу);</p> <p>1234 – начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю);</p> <p>1474 – менеджер (управитель) із комунікаційних технологій;</p> <p>1475.4 – менеджер (управитель) з маркетингу, менеджер (управитель) з логістики, менеджер (управитель) із збуту, менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю;</p> <p>1476.1 – менеджер (управитель) з реклами;</p> <p>2419.1 – молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва), науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);</p> <p>2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.</p>
Подальше навчання	Можливість продовження навчання на другому (магістерському) освітньому рівні; отримання післядипломної освіти на споріднених та інших спеціальностях; підвищення кваліфікації; академічної мобільності.
5. Викладання та оцінювання	

Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Лекційні заняття мають інтерактивний науково-пізнавальний характер. Практичні заняття проводяться в малих групах, поширеними є кейс-метод, ситуаційні завдання, ділові ігри, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів. Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється через модульний формат навчання та використання електронних підручників та методичних вказівок. Акцент робиться на особистому саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати навчання, що сприятиме формуванню розуміння потреби й готовності до продовження самоосвіти протягом життя.
Оцінювання	Письмові та усні екзамени, заліки, звіти з лабораторних та практичних робіт, усні та мультимедійні презентації, поточний контроль, атестаційний екзамен.
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати професійні проблеми та практичні завдання у галузі маркетингу як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, що формують маркетинг.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p>

	<p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p>

	ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7. Програмні результати навчання	
	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p>

	<p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>P19. Вміти застосовувати маркетинговий інструментарій у водогосподарській галузі.</p> <p>P20. Вміти застосовувати основні закономірності безпечних, ресурсно-ефективних і екологічно-дружніх технологій в управлінні господарюючими суб'єктами.</p> <p>P21. Знати системи екологічного керування відповідно міжнародним стандартам.</p> <p>P22. Вміти обґрунтовувати ступінь відповідності наявних або прогнозованих екологічних умов завданням захисту, збереження та відновлення навколишнього середовища.</p> <p>P23. Знати шляхи та методи здійснення науково-обґрунтованих організаційних заходів щодо запобігання забрудненню довкілля.</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Відповідно ліцензійних вимог, затверджених постановою Кабінету міністрів України від 30 грудня 2015р. № 1187 "Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти". Специфічні характеристики кадрового забезпечення наведені у Ліцензійній справі.</p> <p>Навчально-виховний процес в університеті здійснюється висококваліфікованим професорсько-викладацьким складом, здатним проводити навчання та виховання студентів на рівні сучасних вимог. Професійно-орієнтована підготовка студентів виконується на випусковій кафедрі маркетингу.</p>

Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p> <p>Для забезпечення навчального процесу наявні спеціалізовані навчально-наукові лабораторії кафедри публічного управління і адміністрування та інших кафедр.</p> <p>Інструменти та обладнання: обладнання для практичних занять комп'ютерна техніка для опрацювання отриманих на практичних заняттях даних, реалізації мультимедійних засобів навчання, пошуку та аналізу інформації в мережі Internet.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Передбачено використання авторських розробок професорсько-викладацького складу.</p> <p>Офіційний веб-сайт http://www.nuwm.edu.ua. Містить інформацію про навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.</p> <p>Всі зареєстровані в ЗВО НУВГП користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет.</p> <p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на внутрішній електронній мережі.</p> <p>Для проведення інформаційного пошуку та обробки результатів є спеціалізовані комп'ютерні класи, де наявне спеціалізоване програмне забезпечення та необмежений відкритий доступ до Інтернет-мережі.</p>
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки.</p> <p>До керівництва науковою роботою здобувачів можуть бути залучені провідні фахівці університетів України на умовах індивідуальних договорів.</p> <p>Допускається перезарахування кредитів, отриманих у інших університетах України, за умови відповідності їх набутих компетентностей.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ЗВО НУВГП та навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількіс ть кредиті в	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ЗП1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ЗП2	Філософія	3	екзамен
ЗП3	Історія та культура України	4	екзамен
ЗП4	Іноземна мова	5(2+3)	екзамен
ЗП5	Основи екології	3	залік
ЗП6	Безпека життєдіяльності та цивільний захист	3	залік
ЗП7	Інформатика та комп'ютерна техніка	4	екзамен
ЗП8	Вища математика	8(3+5)	екзамен
ЗП9	Державотворення в Україні	4	екзамен
ЗП10	Мікроекономіка	5	залік
ЗП11	Макроекономіка	5	екзамен
ЗП12	Статистика	4	екзамен
ЗП13	Іноземна мова (за профес. спрямуванням)	6	залік
ЗП14	Економіко-математичні методи і моделі	5	залік
ЗП15	Економіка праці	3	залік
ЗП16	Маркетинг	4	екзамен
ЗП17	Менеджмент	4	екзамен
ЗП18	Іноземна мова (за профес. спрямуванням)	3	залік
ЗП19	Облік і оподаткування	4	екзамен
ЗП20	Бізнес-комунікації	3	залік
ЗП21	Управління персоналом	4	екзамен
ЗП22	Світове господарство та міжнародні економічні відносини	3	екзамен
ЗП23	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	4	залік
ЗП24	Діяльність фінансово-кредитних установ	3	залік
	Всього за циклом	97,0	
ФП1	Вступ до спеціальності	3	екзамен
ФП2	Рекламна діяльність	4	екзамен
ФП3	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ФП4	Інфраструктура товарного ринку	4	екзамен
ФП5	Маркетинг послуг	3	екзамен
ФП6	Маркетинг II	6	екзамен
ФП7	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ФП8	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ФП9	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ФП10	Управління продажами	4	залік
ФП11	Поведінка споживача	5	екзамен
ФП12	Логістика	4,5	залік
ФП13	Комплексна курсова робота "Маркетинг"	4,5	екзамен
ФП14	Маркетингове ціноутворення	4,5	залік
ФП15	Економіка підприємства	3	екзамен
ФП16	Фінанси, гроші і кредит	4	залік
ФП17	Обліково-аналітичні інформаційні системи	3	залік
ФП18	Управління бізнес-процесами	3	екзамен
ФП19	Навчальна практика з фаху	3	залік
ФП20	Виробнича практика економічна	3	залік
ФП21	Виробнича практика організаційно-управлінська	3	залік
ФП22	Атестаційний екзамен	1,5	екзамен

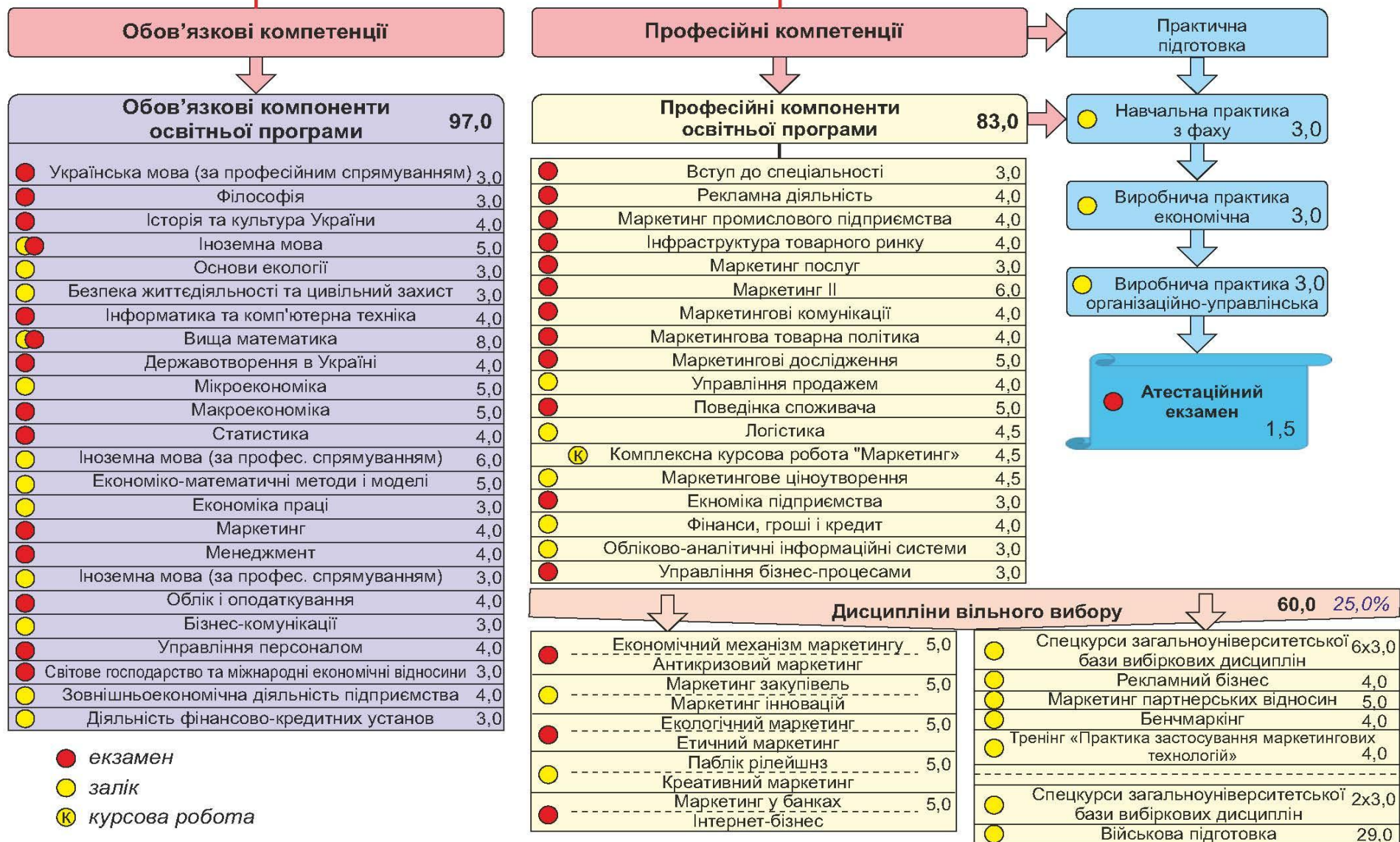
	Всього	83,0	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
Вибіркові компоненти ОП			
BB1	Економічний механізм маркетингу	5,0	екзамен
BB2	Антикризовий маркетинг		
BB3	Маркетинг закупівель	5,0	залік
BB4	Маркетинг інновацій		
BB5	Екологічний маркетинг	5,0	екзамен
BB6	Етичний маркетинг		
BB7	Паблік рілейшнз	5,0	залік
BB8	Креативний маркетинг		
BB9	Маркетинг у банках	5,0	екзамен
BB10	Інтернет-бізнес		
	Всього	25,0	
Блок 1			
BB1.1	Спецкурс за вибором	18,0	залік
BB1.2	Рекламний бізнес	4,0	залік
BB1.3	Маркетинг партнерських відносин	5,0	залік
BB1.4	Бенчмаркінг	4,0	залік
BB1.5	Тренінг "Практика застосування маркетингових технологій"	4,0	залік
	Всього	35,0	
Блок 2			
BB2.1	Спецкурс за вибором	6,0	залік
BB2.2	Військова підготовка	29,0	екзамен
	Всього	35,0	
Загальний обсяг вибірових компонентів		60	
Загальний обсяг освітньої програми		240,0	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 "Маркетинг" є складовою освітньої програми, що визначає логічну послідовність вивчення навчальних дисциплін, а також погодження їх змісту за темами в часі. Розроблена для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти згідно з кваліфікаційними вимогами до видів професійної діяльності. Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 "Маркетинг" сформована з урахуванням взаємозв'язку між дисциплінами, практиками і підсумковою атестацією першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

«БАКАЛАВР» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 "Маркетинг" проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр з маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

Назва навчальної дисципліни	К-ть кред.	Загальні													Спеціальні (фахові, предметні)													
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14
ЗП1	3	●				●						●										●				●		
ЗП2	3	●	●									●																
ЗП3	4	●			●	●	●		●			●																
ЗП4	5																											
ЗП5	3																											
ЗП6	3			●		●	●					●	●			●												
ЗП7	4											●																
ЗП8	8					●						●	●	●								●	●	●				●
ЗП9	4			●		●	●	●				●	●	●	●		●											
ЗП10	5					●																						
ЗП11	5			●		●	●	●				●			●													
ЗП12	4					●					●											●				●		
ЗП13	6	●			●	●	●					●			●		●											
ЗП14	5	●		●	●	●		●				●		●	●													
ЗП15	3			●		●						●			●													
ЗП16	4					●					●	●	●		●		●							●				
ЗП17	4				●	●			●			●			●										●			
ЗП18	3	●		●		●	●	●				●																
ЗП19	4	●		●		●						●																
ЗП20	3					●						●												●				
ЗП21	4													●		●												
ЗП22	3												●			●												
ЗП23	4					●						●												●				
ЗП24	3	●	●			●	●								●													●
ФП1	3	●													●	●		●			●	●	●					
ФП2	4	●			●													●	●				●	●				
ФП3	4	●			●	●										●	●		●		●	●	●		●	●	●	
ФП4	4	●				●										●	●			●		●	●			●	●	
ФП5	3	●					●					●			●				●	●	●						●	●

Назва навчальної дисципліни	К-ть кред.	Загальні													Спеціальні (фахові, предметні)													
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14
ФП6	6	●					●					●			●				●	●	●						●	●
ФП7	4	●		●			●					●			●	●	●	●				●						
ФП8	4	●									●	●			●	●	●										●	●
ФП9	5	●		●			●					●	●	●	●	●	●	●										
ФП10	4	●										●			●	●	●											
ФП11	5	●										●														●		
ФП12	4,5	●										●						●	●	●	●						●	●
ФП13	4,5	●										●					●	●	●	●		●	●	●	●	●		
ФП14	4,5	●										●			●				●	●	●	●						
ФП15	3	●			●					●		●																
ФП16	4							●	●	●		●						●				●				●		
ФП17	3	●								●		●																
ФП18	3	●								●		●					●				●			●	●			
ФП19	3	●			●					●		●										●	●			●		
ФП20	3	●				●			●						●					●					●		●	
ФП21	3			●		●			●						●													
ФП22	1,5			●		●			●				●	●			●			●		●						●
ВВ1	5,0					●			●																			
ВВ2	5,0					●			●			●		●				●						●			●	
ВВ3	5,0								●			●			●				●	●							●	
ВВ4	5,0						●		●			●		●						●								
ВВ5	5,0	●									●		●		●		●			●		●		●	●			
ВВ6	5,0	●		●				●			●								●	●						●		●
ВВ7	5,0	●				●					●			●		●	●				●		●	●				
ВВ8	5,0	●						●									●	●	●									
ВВ9	5,0	●						●		●							●	●		●								
ВВ10	5,0	●					●						●		●			●			●		●	●			●	●
ВБ1.1	18,0	Спецкурс за вибором береться з загальноуніверситетського блоку																										
ВБ1.2	4,0				●						●	●	●									●					●	●
ВБ1.3	5,0					●	●				●	●	●	●	●	●			●			●		●				●

Назва навчальної дисципліни	К-ть кред.	Загальні													Спеціальні (фахові, предметні)													
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14
ВБ1.4	4,0					●	●				●	●	●	●		●			●							●		
ВБ1.5	4,0					●	●				●	●	●	●	●	●	●							●				
ВБ2.1	6,0	Спецкурс за вибором береться з загальноуніверситетського блоку																										
ВБ2.2	29,0	За навчальним планом кафедри військової підготовки																										

Примітка: Наведена таблиця обов'язкова за Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти (постанова КМ України від 30 грудня 2015 р. № 1187).

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ЗП1	ЗП2	ЗП3	ЗП4	ЗП5	ЗП6	ЗП7	ЗП8	ЗП9	ЗП10	ЗП11	ЗП12	ЗП13	ЗП14	ЗП15	ЗП16	ЗП17	ЗП18	ЗП19	ЗП20	ЗП21	ЗП22	ФП1	ФП2	ФП3	ФП4	ФП5	ФП6	ФП7	ФП8	ФП9
ПРН 1																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 2																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 3																●			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 4																●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 5																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 6																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 7																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 8																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 9																●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 10																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 11																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 12																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 13																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 14																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 15																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 16																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 17																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 18																●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ПРН 19																●			●							●					
ПРН 20						●	●									●	●				●	●				●					
ПРН 21						●	●	●								●	●				●	●				●					
ПРН 22						●	●	●								●	●				●	●				●					
ПРН 23						●	●	●								●	●				●	●				●					

ДОДАТОК



"Затверджую"

Ректор

Мошніський В.С.

"14" 06 2019 року

М.П.

Схвалено Вченою радою НУВГП

Протокол № 5 від "14" 06 2019 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет водного господарства та природокористування

Кваліфікація Бакалавр з маркетингу

Термін навчання 3 роки 10 місяців

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

за освітньою-професійною програмою 075 "Маркетинг"

повної середньої освіти

Підготовки бакалавра

з галузі знань 07 "Управління та адміністрування"

на основі

спеціальністю

075 "Маркетинг"

Форма навчання денна

I. Графік освітнього процесу

Г. Графік освітнього процесу																																																				
Курси	Вересень				Жовтень				Листопад				Грудень				Січень				Лютий				Березень				Квітень				Травень				Червень				Липень				Серпень							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
1	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т		
2	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т		
3	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т		
4	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т	т		

ПОЗНАЧЕННЯ: Т - Теоретичне навчання; С - екзаменаційна сесія; А - атестаційний екзамен; О - навчальна практика; Х - виробнича практика; К - канікули; П - практична підготовка

II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, тижні

Курс	Теоретичне навчання	екзаменаційна сесія	Атестаційний екзамен	навчальна практика	Виробнича практика	канікули
1	35	5		2		10
2	35	5			2	10
3	35	5			2	10
4	35	4	1			3
Разом	140	19	1	2	4	33

III. ПРАКТИКА

Назва практики	Семестр	Тижні
Навчальна практика з фаху	2	2
Виробнича практика економічна	4	2
Виробнича практика організаційно-	6	2

IV. АТЕСТАЦІЯ

Назва освітнього компоненту	Форма державної атестації (екзамен, кваліфікаційний проєкт (робота))	Семестр
Атестаційний екзамен	екзамен	8

V. План освітнього процесу

Шифр	НАЗВА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА	Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ECTS	Кількість годин					Розподіл кредитів ECTS за курсами і семестрами								
		Екзамени		Курсові			Загальний обсяг	Всього	Аудиторних			Самостійна робота	I курс		II курс		III курс		IV курс	
				проекти	роботи				у тому числі				Семестри							
									Лекції	Лабораторії	Практик/Семінари		1	2	3	4	5	6	7	8
													Кількість тижнів в семестрі							
													15	19	15	19	15	19	15	19
I. Цикл загальної підготовки																				
ЗП11	Українська мова (за професійним спрямуванням)	2				3	90	32	8		24	58		3						
ЗП12	Філософія	5				3	90	30	16		14	60				3				
ЗП13	Історія та культура України	1				4	120	42	20		22	78	4							
ЗП14	Іноземна мова	2	1			5	150	68			68	82	2	3						
ЗП15	Основи екології		2			3	90	30	16	14		60		3						
ЗП16	Безпека життєдіяльності та цивільний захист		7			3	90	30	14		16	60						3		
ЗП17	Інформатика та комп'ютерна техніка	1				4	120	42	22	20		78	4							
ЗП18	Вища математика	2	1			8	240	80	42		38	160	3	5						
ЗП19	Державотворення в Україні	1				4	120	42	22		20	78	4							
ЗП10	Мікроекономіка		1			5	150	50	26		24	100	5							
ЗП11	Макроекономіка	2				5	150	50	26		24	100		5						
ЗП12	Статистика	2				4	120	42	22		20	78		4						
ЗП13	Іноземна мова (за профес. спрямуванням)		3-5			9	270	90			90	180			3	3	3			
ЗП14	Економіко-математичні методи і моделі		4			5	150	50	26	24		100				5				
ЗП15	Економіка праці		4			3	90	30	16		14	60				3				
ЗП16	Маркетинг	3				4	120	42	22		20	78			4					
ЗП17	Менеджмент	4				4	120	42	22		20	78				4				
ЗП18	Облік і оподаткування	5				4	120	42	22		20	78					4			
ЗП19	Бізнес-комунікації		5			3	90	30	16		14	60					3			
ЗП20	Управління персоналом	6				4	120	42	22		20	78						4		
ЗП21	Світове господарство та міжнародні економічні відносини	5				4	120	42	22		20	78					4			
ЗП22	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства		6			3	90	30	16		14	60						3		
Всього по циклу I:						94	2820	978	418	58	502	1842	22	23	7	15	17	7	3	0
II. Цикл фахової підготовки																				
ФП1	Вступ до спеціальності		1			3	90	30	16		14	60	3							
ФП2	Рекламна діяльність	3				4	120	42	22		20	78			4					
ФП3	Маркетинг промислового підприємства	6				4	120	42	22		20	78						4		
ФП4	Інфраструктура товарного ринку	1				4	120	42	22		20	78	4							

ФП15	Маркетинг послуг	4			3	90	30	16		14	60				3				
ФП16	Маркетинг	4			6	180	60	30		30	120				6				
ФП17	Маркетингові комунікації	3			4	120	42	22		20	78		4						
ФП18	Маркетингова товарна політика	5			4	120	42	22		20	78				4				
ФП19	Маркетингові дослідження	6			5	150	50	26		24	100					5			
ФП10	Управління продажем	7			4	120	42	22		20	78						4		
ФП11	Поведінка споживача		2		5	150	50	26		24	100		5						
ФП12	Логістика	8			6	180	60	30		30	120							6	
ФП13	Комплексна курсова робота "Маркетинг"		8		3	90					90							3	
ФП14	Маркетингове ціноутворення	8			4.5	135	46	24		22	89							4.5	
ФП15	Економіка підприємства		3		3	90	30	16		14	60			3					
ФП16	Фінанси, гроші і кредит	3			4	120	42	22		20	78			4					
ФП17	Маркетинг у банках	7			5	150	50	26		24	100						5		
ФП18	Управління бізнес-процесами		8		3	90	30	14	8	8	60							3	
ФП19	Навчальна практика 1		2		3	90					90		3						
ФП20	Виробнича практика 1		4		3	90					90				3				
ФП21	Виробнича практика 2		6		3	90					90					3			
ФП22	Атестаційний екзамеи	8			1.5	45					45							1.5	
Всього:					85	2550	730	378	8	344	1820	7	8	15	12	4	12	9	18
Освітні компоненти вільного вибору																			
ФП23	Економічний механізм маркетингу		8		5	150	50	26		24	100								5
	Антикризовий маркетинг																		
ФП24	Маркетинг закупівель		3		5	150	50	26		24	100			5					
	Маркетинг інновацій																	5	
ФП25	Екологічний маркетинг	7			5	150	50	26		24	100								
	Етичний маркетинг																5		
ФП26	Паблік рілейшнз		6		5	150	50	26		24	100								
	Креативний маркетинг																	3	
ФП27	Обліково-аналітичні інформаційні		7		3	90	30	16	14		60								
	Інтернет-бізнес																	3	
ФП28	Діяльність фінансово-кредитних установ		7		3	90	30	16		14	60								
	Маркетинговий аудит																		
Всього:					26	780	260	136	14	110	520	0	0	5	0	0	5	11	5
Блок 1																			
СВ	Спецкурс за вибором		3...8		18	540	180	90		90	360			3	3	3	3	3	3
ФП29	Рекламний бізнес		5		4	120	40	20		20	80				4				
ФП30	Маркетинг партнерських відносин		6		5	150	50	26		22	102						5		
ФП31	Бенчмаркінг		7		4	120	40	20		20	80							4	

ФП32	Тренінг "Практика застосування маркетингових технологій"		8		4	120	40	22		20	78								4
	Всього:				35	1050	350	178	0	172	700	0	0	3	3	7	8	7	7
	Блок 2																		
СВ	Спецкурс за вибором		3...4		6	180	60	32		28	120			3	3				
ВІП	Військова підготовка	8	5...7		29	870				436	434					7	8	7	7
	Всього:				35	1050	60	32	0	464	554	0	0	3	3	7	8	7	7
	Всього по циклу II:				146	4380	1340	692	22	626	3040	7	8	23	15	11	25	27	30
	Загальна кількість				240	7200	2318	1110	80	1128	4882	29	31	30	30	28	32	30	30
	Кількість годин на тиждень											18,9	16	18,1	15,7	16,1	17,2	17,8	16,5
	Кількість екзаменів											4	5	4	3	4	3	3	3
	Кількість заліків											4	3	4	5	4	5	5	5
	Кількість курсових проєктів																		
	Кількість курсових робіт		1																

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

Завідувач навчально-методичного відділу

Директор ІННЕМ

Завідувач кафедри маркетингу

Сорока В.С.

Ковальчук Н.С.

Ковшун Н.Е.

Мальчик М.В.

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітню програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Якісна підготовка здобувачів вищої освіти у сфері маркетингу є важливим завданням для розвитку економіки України в умовах глобалізаційних процесів. Така потреба викликана необхідністю зміцненню позицій вітчизняних суб'єктів господарювання, як на внутрішньому, так і міжнародному ринках, а також розробки і впровадження прогресивних маркетингових стратегій розвитку суспільства в умовах конкурентного середовища.

Рецензована освітня програма «Маркетинг» розроблена професорсько-викладацьким складом кафедри маркетингу навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного університету водного господарства та природокористування після консультацій із науковцями, потенційними роботодавцями, які підтвердили потребу підготовки фахівців даної спеціальності.

В освітній програмі визначені програмні компетентності, виходячи з видів і завдань маркетингової діяльності галузі управління та адміністрування. Вони розподілені на загальні та фахові компетентності, найбільш відповідні для запропонованої програми. Фахові компетентності носять практичний характер і можуть бути використані у професійній діяльності майбутніх фахівців.

Навчальний план підготовки бакалаврів освітньої програми «Маркетинг» повністю відповідає завданням освітньої програми.

Послідовність вивчення дисциплін, план та графік навчального процесу, перелік та обсяг нормативних і вибіркокових дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» і покликані сприяти забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам потенційних роботодавців (стейкхолдерів).

Білопольський М.



Академік, д.е.н., проф.,
 віце-президент Академії
 економічних наук України,
 завідувач кафедри обліку і аудиту ПДТУ,
 Голова ради орендарів та підприємців

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

на освітню програму «Маркетинг»
Національного університету водного господарства та природокористування
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075
«Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Згідно Національної доктрини розвитку освіти (від 17 квітня 2002 року № 347/2002), її метою є створення умов для розвитку особистості, здатності ефективно працювати.

Підготовка кваліфікованих кадрів, здатних до творчої праці та професійного розвитку, конкурентоспроможності на ринку праці – одна з основних ідей державної освітньої доктрини.

Рецензована освітня програма «Маркетинг», розроблена колективом кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування, спрямована на студоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через проведення практик і здійснення відповідної діяльності у сфері маркетингу.

Фахові компетентності носять практичний характер і можуть бути використані у професійній діяльності майбутніх бакалаврів з маркетингу: проведення маркетингових досліджень у різних сферах маркетингової діяльності; розробка маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності; використання інструментарію маркетингу в інноваційній діяльності; обґрунтування, презентація та впровадження результатів досліджень у сфері маркетингу. Навчальний план підготовки бакалаврів освітньої програми «Маркетинг» повністю відповідає завданням освітньої програми.

План та графік навчального процесу, перелік та обсяг нормативних і вибіркових дисциплін відповідають структурно-логічній системі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» і покликані сприяти забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам сучасного ринку праці в умовах глобалізаційних процесів.

Рецензована освітня програма містить всі необхідні підґрунтя для підготовки фахових спеціалістів з маркетингу і при умові виконання освітньої програми всіма учасниками освітнього процесу випускники університету зможуть гідно конкурувати у процесі відбору роботодавцями відповідних працівників сфери маркетингу.

Заступник керівника ТП Рівне
ТОВ «Радивилівмолоко»



Н.В. Коваль

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

на освітню програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Представлена освітня програма вищої освіти, що реалізується за спеціальністю 075 «Маркетинг», рівень бакалавр включає комплекс документів, розроблений у Національному університеті водного господарства та природокористування із врахуванням потреб ринку праці для задоволення його економічних та соціальних інтересів і відповідних вимог щодо підготовки висококваліфікованих спеціалістів, як суб'єктів ринкових відносин.

Обсяг освітньої програми складає 240 кредитів ЄКТС і включає всі види аудиторної і самостійної роботи студентів, практики і часу, що відводиться на контроль якості засвоєння студентами освітньої програми.

Дана освітня програма регламентує мету, очікувані результати навчання, зміст, умови і технологію реалізації освітнього процесу, оцінку якості підготовки бакалавра за даною спеціальністю і включає в себе: загальну інформацію, мету і характеристику освітньої програми, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, програмні компетентності, програмні результати навчання, ресурсне забезпечення реалізації програми, академічну мобільність, перелік компонент освітньої програми та їх логічну послідовність, структурно-логічну схему освітньої програми, форму атестації здобувачів вищої освіти, матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми, матрицю забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.

Метою освітньої програми «Маркетинг» є формування системи набутих загальних (інструментальних, міжособистісних, системних) і фахових компетентностей бакалавра з маркетингу для: провадження ефективної

маркетингової діяльності; вирішення завдань професійної і соціальної діяльності; розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у певній галузі професійної діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій і методів відповідної науки і характеризується комплексністю і невизначеністю умов; розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу; забезпечення здатності випускника здійснювати професійну діяльність після закінчення закладу освіти.

Важливо, що дана освітня програма змістовно охоплює сучасні критерії, що висуваються до навчання за програмою бакалаврату, а саме придатність до працевлаштування та академічну мобільність.

Представлена освітня програма передбачає, що в результаті освоєння програми бакалавра у випускника повинні бути сформовані такі компетентності, як інтегральні, загальні, спеціальні (фахові), а також визначено їхній перелік.

Структура освітньої програми включає основні та вибіркові компоненти, кількість кредитів та форми контролю якості їх засвоєння.

В цілому освітню програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» повністю відповідає вимогам до такого типу документів, має комплексний і цільовий підхід до підготовки кваліфікованого бакалавра, який володіє фаховими навиками та компетентностями, необхідними для подальшої професійної діяльності за даною спеціальністю та рекомендується для реалізації у Національному університеті водного господарства та природокористування.

Заступник директора з маркетингу
НВФ «Продекологія»



Вакулка О.О.